Adulto e sofisticato

Nuova Zelanda -Il suo core business sono da sempre, birra, vino e spirits, ma è anche vero che la sua massima è “mai dormire sugli allori”. Ecco quindi che The Lion Group, una delle principali aziende dell’Oceania, ha deciso di ampliare la propria offerta puntando sui soft drinks.
È nato così il nuovo brand Frusion, investimento ingente nel settore del bevarage non alcolico. A spingere il gruppo a compiere questa svolta importante hanno contribuito tanto i mutamenti del mercato quanto l’aspirazione a presentarsi come un’azienda total beverage.Ma cos’è Frusion? Semplice, un soft drink dedicato ad un target adulto, che – sulla base di recenti ricerche di mercato- ha rivelato, di ritenere i drink attualmente sul mercato non abbastanza sofisticati e comunque inadeguati ai momenti di socializzazione ed aggregazione. Non basta, pare anche che il 78% del campione li abbia ritenuti eccessivamente dolci. Bene: Frusion, disponibile in tre varianti di gusto (Tropical Guava, Ginger beer & Lime; Soda, Lime & Bitters) vuol essere la risposta a queste segnalazioni. La sua formulazione, infatti, ha un contenuto di zuccheri inferiore del 25% rispetto allo standard, mentre la bottiglia dalle linee trendy e le etichette, improntate a motivi geometrici, rendono più elegantemente sofisticato il packaging.